

# **REPRESENTASI FETISISME KOMODITAS FANS JKT48 DALAM FILM DOKUMENTER “IDOLAKU, JIWA RAGAKU”**

**Nicolaus Sulistyo D. / Josep J. Darmawan**

Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta  
Jl. Babarsari No 6 Yogyakarta 55281

## **ABSTRAK**

Definisi tentang fans dapat dipahami secara berbeda-beda. Salah satunya, mereka dapat dipahami sebagai kelompok yang terobsesi dengan idolanya. Pandangan ini kemudian membentuk pemaknaan tentang fans sebagai kelompok yang irasional. Film dokumenter “Idolaku, Jiwa Ragaku” tampaknya berhasil mengemas hal tersebut. Sandy dan Emil sebagai tokoh utama memiliki kegiatan aktif yang tidak beragam, tapi bahkan hanya berorientasi pada konsumsi yang memperlihatkan mereka sebagai fans yang candu. Sebagai seorang fans yang mengidolakan JKT48, mereka kemudian menjadi pasif pada sistem manajemen JKT48 itu sendiri. Munculnya peran keluarga di dalam film dokumenter ini juga turut membangun pemaknaan tentang fans yang cenderung dianggap irasional.

Melalui representasi fetisisme komoditas fans JKT48 dengan pendekatan semiotika Peirce, peneliti berusaha menggali tentang sikap konsumtif fans yang lebih terlihat sebagai suatu bentuk fetisisme komoditas melalui konstruksi film dokumenter ini. Semiotika digunakan untuk mengetahui tanda-tanda yang muncul melalui klasifikasi dan analisis struktur triadik, yakni representamen, objek, dan interpretan. Sehingga, teori dan metode yang digunakan di dalam penelitian ini kemudian dapat menjawab bagaimana representasi fetisisme komoditas fans JKT48 dalam film dokumenter “Idolaku, Jiwa Ragaku”.

*Kata Kunci: representasi, fans, fetisisme komoditas, JKT48, film dokumenter*

## 1. Latar Belakang

Industri budaya massa telah melahirkan beragam produk budaya melalui film, lagu, musik, dan acara olahraga. Produk tersebut dikonsumsi secara bebas oleh khalayak luas sebagai teks budaya, dan tidak menutup kemungkinan untuk kemudian melahirkan kelompok-kelompok penggemar. Kelompok-kelompok itu dapat disebut sebagai fans.

Henry Jenkins (1992.a, h. 23) menyebut fans sebagai suatu kelompok yang mengonsumsi teks budaya massa sebagai konstruksi budaya dan identitas sosial mereka. Setelah mengonsumsi teks budaya tersebut, seorang fans mendapatkan kekuatan dan semangat dari kemampuan mereka untuk mengenali diri mereka sebagai bagian dari kelompok lain yang berbagi kesenangan yang sama dan menghadapi permasalahan yang sama (Jenkins, 1992.b, h. 213). Kegiatan yang dilakukan fans kemudian adalah melakukan produksi dalam beberapa hal, seperti pada makna dan interpretasi, *fans art-work*, komunitas, atau identitas alternatif. Melalui buku *The Adoring Audience Fan Culture* (1992), Jenkins juga menyebutkan bahwa fans menghasilkan beberapa produk seperti: sebuah gambar, komunitas yang intens membahas perkembangan idolanya, komunitas diskusi, atau bisa juga memberikan kritik atau cerita baru dari pemaknaan dan interpretasinya.

Definisi Hills tampaknya berbeda dengan yang dilontarkan oleh Matt Hills melalui bukunya yang berjudul *Fan Cultures*. Di dalam buku tersebut dinyatakan bahwa fans dapat kita kenali sebagai kelompok orang yang terobsesi dengan bintang tertentu, selebritas, film, acara TV, atau grup musik (2002, h. viii). Artinya, definisi yang dinyatakan oleh Hills dengan menyebut fans sebagai kelompok orang yang terobsesi, berbeda dengan perspektif Jenkins yang menyebut fans sebagai kelompok aktif yang jelas akan secara langsung melakukan reproduksi atas teks.

Pengertian fans menurut Hills tersebut tampaknya terjadi pada fans JKT48. Setelah Yasushi Akimoto sebagai pendiri sekaligus penanggungjawab

manajemen JKT48 berhasil mendirikan AKB48 di Jepang pada tahun 2005, ia melahirkan lagi *idol group* di negara lain dengan bentuk yang mirip dari sebelumnya itu. Di Indonesia, *idol group* itu lahir pada tahun 2011 dengan nama JKT48. Sama seperti artis musik yang lainnya, JKT48 juga memiliki jutaan fans, tetapi perbedaannya terdapat pada sistem manajemen JKT48 dalam melibatkan fans.

JKT48 menerapkan sistem “tumbuh bersama fans” yang artinya eksistensi grup ini, terutama setiap personilnya, ada di setiap fans yang terlibat aktif untuk mendukung idolanya (Apa Itu JKT48, n.d.). Inilah khas JKT48 yang tidak dimiliki oleh artis/grup musik lainnya. Antar personil JKT48 mempertahankan posisinya sebagai personil di tim utama (Tim J) atau mengejar posisi untuk dapat masuk di tim utama bagi tim KIII dan Tim T. Mereka juga bersaing untuk dapat masuk di setiap lagu baru, bahkan untuk dapat tampil di setiap video klip. Artinya, ada kompetisi antar personil di dalam grup ini, sehingga bentuk dukungan dari fans menjadi begitu berpengaruh untuk menentukan posisi pada masing-masing personil. Jika fans dari artis/grup musik hadir untuk memberikan dukungan melalui kegiatan menonton konser dan membeli *merchandise*, fans JKT48 bahkan melakukan hal tersebut juga demi eksistensi *oshi*-nya (personil yang disukai dan didukung oleh fans), bukan untuk keseluruhan grup JKT48. Mereka ingin agar *oshi*-nya tetap bertahan di tim utama, atau muncul di setiap lagu atau video klip.

Di dalam media film, khususnya film dokumenter, satu-satunya yang menceritakan kegiatan fans JKT48 adalah MetroTV. Pada tahun 2014 Metro TV mengadakan kompetisi film dokumenter Eagle Awards Documentary Competition (EADC), dan hanya ada satu film yang menceritakan tentang fans dan idolanya, yakni “Idolaku, Jiwa Ragaku” (Prihatin, 2014). Film ini menceritakan bagaimana seorang fans melakukan konsumsi pada komoditas JKT48 sebagai cara mempertahankan eksistensi diri pada fans itu sendiri maupun JKT48. Peneliti melihat bahwa konsumsi seorang fans di dalam film dokumenter ini, bukan hanya mengarah pada aspek fanatisme atau konsumtivisme. Konsumsi tersebut mengarah pada tanda-tanda bahwa seorang fans melakukan pemujaan terhadap idolanya

dengan memberikan dukungan melalui konsumsi yang intens, sehingga hal tersebut dapat dibaca sebagai fetisisme komoditas.

Melalui representasi pada film dokumenter “Idolaku, Jiwa Ragaku” ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana fetisisme komoditas dalam kehidupan fans JKT48. Analisis ini menjadi penting karena fetisisme komoditas jarang disinggung di dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam melihat dan mendiskusikan kegiatan fans.

## **2. Tujuan Penelitian**

Menjelaskan representasi fetisisme komoditas dalam kehidupan fans JKT48 yang direpresentasikan dalam Film Dokumenter “Idolaku, Jiwa Ragaku”.

## **3. Kerangka Konsep dan Hasil Penelitian**

Analisis tentang representasi fetisisme komoditas fans JKT48 dalam Film Dokumenter “Idolaku, Jiwa Ragaku” akan dilakukan dengan menggunakan beberapa teori sebagai pendekatan, yakni representasi, fans, dan fetisisme komoditas.

Representasi adalah teori dari Stuart Hall (1997) yang digunakan untuk menghubungkan makna, bahasa, maupun dengan budaya. Eksistensi bahasa sendiri misalnya, dapat digunakan untuk menerjemahkan konsep menjadi kata-kata, suara, atau gambar, sehingga isi yang disampaikan melalui film dokumenter ini dapat merepresentasikan makna dan mengomunikasikannya pada orang lain. Artinya, penggunaan teori ini bertujuan untuk memahami makna yang ada di dalam teks film “Idolaku, Jiwa Ragaku”. Selanjutnya, ada dua sistem representasi menurut Hall (1997) yakni sistem dan bahasa.

Inti proses pemaknaan budaya ini ada pada hubungan antara kedua sistem representasi tersebut. Sistem representasi pertama, adalah sebagai pemberian makna atas dunia dari konstruksi yang dibangun dari rantai ekuivalensi antara benda dan sistem konsep. Sistem representasi kedua, merujuk pada konstruksi seperangkat koresponden antara peta konseptual dan seperangkat tanda, yang

diatur dan diorganisasikan dalam berbagai bahasa yang mewakili sebuah konsep. Relasi antara sesuatu, konsep, dan tanda menjadi inti dari produksi makna dalam bahasa, dimana suatu proses yang menghubungkan ketiganya itu disebut representasi (Hall, 1997, h. 19). Kedua hal tersebut menjadi fokus di dalam penelitian ini dengan asumsi bahwa isi yang ditampilkan di dalam film adalah suatu bentuk konstruksi.

Representasi pada film dokumenter ini tentunya tidak dapat dilepaskan dari pemahaman tentang penggunaan teknik kamera. Sehingga peneliti juga akan menggunakan definisi dari beberapa jenis sudut pandang kamera untuk membantu dalam melihat representasi dalam film dokumenter. Menurut Marselli Sumarno (1996, h. 25) ada tiga faktor yang menentukan sudut pandang kamera, yaitu besar kecil subjek, sudut subjek, dan ketinggian kamera terhadap subjek.

Teknik pengambilan gambar tersebut merupakan unsur penting di dalam representasi, mengingat bahwa teknik pengambilan gambar memiliki pengaruh pada bentuk konstruksi dari suatu film. Melalui buku *Cultural Studies* (2004, h. 8), Chris Barker menegaskan bahwa representasi dapat dimaknai melalui konstruksi sosial yang disajikan kepada khalayak sehingga memunculkan pemaknaan tertentu. Sehingga, pemaknaan tentang kehidupan Sandy dan Emil di film dokumenter ini kemudian dapat diartikan sebagai fans.

Film dokumenter ini sendiri menampilkan beberapa tokoh yang secara keseluruhan berpartisipasi dalam alur penceritaannya. Tokoh-tokoh tersebut adalah Sandy, Emil, keluarga Sandy dan Emil, teman-teman komunitas Sandy, dan juga rekan-rekan kerja Emil. Walaupun ada banyak tokoh yang dimunculkan, secara dominan film dokumenter ini menitikberatkan pada penceritaan Sandy dan Emil sebagai fans JKT48. Hal tersebut dapat dibaca melalui tanda-tanda yang muncul dari narasi beberapa tokoh (khususnya keluarga) sertai narasi dari Sandy dan Emil yang memiliki kegiatan sebagai fans JKT48.

Henry Jenkins dan Matt Hills, seperti yang sudah dikemukakan di latar belakang, memberikan beberapa definisi tentang fans. Mengingat bahwa definisi

mereka cenderung berbeda, dan dengan melihat kesesuaian pada film dokumenter “Idolaku, Jiwa Ragaku”, penelitian ini akan menggunakan definisi dan teori tentang fans dari Hills. Alasan penggunaannya sederhana, bahwa fans cenderung terobsesi dengan idola, ketimbang menjadi fans aktif yang memiliki ragam kegiatan. Tentunya, hal tersebut tampak dari keseluruhan aspek di dalam film dokumenter, yakni alur, setting, tema, dan tokoh.

Melalui definisi dari Hills (2002, h. 3), dapat diasumsikan bahwa Sandy dan Emil, sebagai fans JKT48, mengalami pola konsumsi yang mengarahkannya menjadi konsumen dari produk-produk JKT48, dimana fans atas produk budaya tersebut menjadi pasif. Fans JKT48 sebagai penikmat budaya yang pasif, telah membiarkan dirinya menerima penawaran-penawaran dari manajemen JKT48 untuk terus menjaga eksistensi dalam mencintai idolanya itu. Pada saat seseorang mengalami hal tersebut, ia cenderung dianggap oleh lingkungannya sebagai seorang yang irasional, seperti yang diperlihatkan melalui kemunculan ibu Sandy dan istri Emil. Anggapan tersebut muncul dari kegiatan konsumsi dan perhatian fans yang tampaknya tidak sesuai dengan ekspektasi dari keluarga terdekat. Artinya, fans mengalami kecenderungan untuk menerima dan mengalami dominasi dari sistem manajemen JKT48, dimana hal tersebut mengarah pada suatu bentuk fetisisme komoditas pada diri fans JKT48.

Pada fetisisme komoditas ini, kebutuhan seorang individu didominasi dan dikaburkan oleh suatu objek kenikmatan atau kepuasan semu yang diperoleh dari komoditas tersebut (Ripstein, 1987, h. 3). Hal ini ditegaskan oleh Theodor Adorno (1991) yang menyatakan bahwa ada tiga proses yang dibentuk oleh industri dalam menghasilkan suatu fetisisme komoditas, yakni: standarisasi, individualisasi semu, dan reifikasi. Ketiga aspek ini yang kemudian akan memperlihatkan tingkat fetisisme komoditas dari fans dengan menggunakan klasifikasi Sigmund Freud melalui DSM IV. Fetisisme komoditas juga bersinggungan dengan aspek kebutuhan, sehingga penelitian ini juga menggunakan teori dari Abraham Maslow tentang 5 kebutuhan manusia (1988, h. 39). Dari berbagai jenis kebutuhan tersebut, kegiatan fans di dalam film dokumenter ini tampaknya dapat

dikategorikan sebagai kebutuhan aktualisasi diri, mengingat bahwa konstruksi yang dibangun cenderung mengarah pada realisasi kegiatan sebagai fans saja.

Adorno mengemukakan bahwa konsep fetisisme komoditas muncul ketika adanya suatu pergeseran pada aspek budaya. Saat pertunjukan musik telah beralih pada pemujaan tiketnya, ada hal lain yang muncul di dalam penilaian tentang suatu musik. Terkait dengan penelitian ini, fetisisme komoditas muncul saat fans memiliki nilai lain tersebut ketika melakukan praktik konsumsi dalam membeli tiket konser dan CD JKT48. Teori ini juga akan menjadi basis dalam melakukan pembahasan dari interpretan-interpretan yang ditemukan melalui metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce.

Film dokumenter berjudul “Idolaku, Jiwa Ragaku” terdiri dari 12 sekuen, 40 scene, dan 191 shot. Sedangkan analisis struktur triadik yang dilakukan pada film dokumenter ini dilakukan pada masing-masing sekuen. Di dalam film dokumenter ini terdapat dua orang fans yang masing-masingnya diceritakan secara berbeda, khususnya dengan alur Sandy-Emil yang diceritakan secara berganti-gantian. Setiap penceritaan panjang fans tentunya memiliki kesesuaian tema, yang kemudian akan berubah ketika memasuki cerita dari fans yang lain. Kesesuaian tema pada penceritaan dari setiap fans itulah yang dilihat oleh peneliti dalam membagi film ini berdasarkan sekuen.

Analisis pada setiap sekuen dilakukan dengan bantuan teori segitiga makna atau *triangle meaning* yang terdiri dari tiga elemen utama, yakni tanda (sign/ representamen), objek, dan interpretan. Representamen adalah bagian tanda yang dapat dipersepsi indera yang merujuk pada suatu yang diwakili olehnya yang disebut dengan objek. Prinsip dasarnya adalah bahwa tanda bersifat representatif, yaitu tanda adalah “sesuatu yang mewakili sesuatu yang lain”. Kemudian interpretan adalah interpretasi yang lebih luas dari proses penafsiran hubungan antara representamen dengan objek.

Temuan interpretan akan menjadi dasar untuk melakukan analisis pada tahap berikutnya, yang tentunya tetap menjaga batas dalam penelitian ini untuk

dapat menjelaskan representasi fetisisme komoditas. Di dalam film dokumenter ini tidak digambarkan bagaimana produksi musik, sebagai komoditas, dapat memunculkan fetisisme komoditas. Justru media ini merepresentasikan kehidupan singkat fans JKT48 yang cenderung mengarah pada praktik dari fetisisme komoditas. Menurut Adorno (1991), terdapat beberapa aspek yang erat kaitannya dengan bagaimana proses terbentuknya fetisisme komoditas, yakni standarisasi, individualisasi semu, yang kemudian juga memunculkan reifikasi.

### **Standarisasi Kegiatan Fans**

Standarisasi dimunculkan sebagai aspek awal pembahasan. Untuk dapat menjelaskannya, dapat dilihat melalui temuan interpretan dari sekuen ke-2, yakni dukungan persahabatan sebagai sesama fans, dimana sekuen tersebut menggambarkan kegiatan bersama yang dilakukan oleh fans satu komunitas dalam mengingatkan Sandy untuk bersiap-siap sebelum bertemu dengan *oshi*-nya. Bertemu dengan *oshi*, dapat diartikan sebagai menonton konser dan membeli hal lain yang dapat digunakan untuk melakukan suatu dukungan.

Di dalam komunitas tersebut, fans tampak tidak memiliki ragam kegiatan yang lain kecuali untuk menonton *oshi* nya. Padahal, di tempat lain, seorang fans bisa jadi masih memiliki beragam kegiatan seperti memainkan lagu-lagu idolanya, membuat gambar, atau menulis cerita tentang idolanya. Di dalam hal ini fans digambarkan sebagai seorang yang kecenderungannya mengarah pada bentuk konsumsi saja, yakni menonton JKT48 di Teater FX. Sudirman. Adorno (1991, h. 38) mengatakan bahwa kenyataan tersebut dapat diasumsikan sebagai proses standarisasi, karena adanya suatu perubahan dari kreativitas kegiatan fans yang kemudian dimampatkan menjadi satu aspek dominan, yakni konsumsi saja.

### **Individualisasi Semu dalam Memberikan Dukungan**

Melalui interpretan dari sekuen ke-12, fans terlihat seperti memberikan suatu dukungan, bahkan melakukan dukungan yang terus berlanjut. Padahal yang terjadi sebenarnya adalah bagaimana bentuk dukungan tersebut dilakukan melalui praktik konsumsi yang mereka lakukan. Maka hal ini dapat diartikan sebagai



kesadaran fans yang sebenarnya sudah dikendalikan oleh peran industri dalam membentuk pola konsumsi yang semakin intens. Hal tersebut didukung melalui interpretan dari sekuen ke-6 yakni loyalitas mengonsumsi, dimana wujud nyata dari suatu dukungan pada akhirnya dapat dilihat dari koleksi benda-benda yang berkaitan dengan JKT48. Fenomena ini juga terlihat pada interpretan dari sekuen ke-3 yakni adanya konsekuensi dari fans JKT48 yang aktif. Artinya, beberapa interpretan tersebut, tampak sebagai dampak dari hegemoni industri yang kemudian menghasilkan sikap konsumsi semata pada diri seorang fans, dimana hal ini dapat diasumsikan sebagai individualisasi semu.

Peran lingkungan juga digambarkan memiliki pengaruh pada tindakan seseorang. Individualisasi semu yang dialami oleh fans, pada satu titik tertentu, memunculkan argumentasi pada diri fans untuk menjelaskan identitas mereka secara lebih jelas. Hal ini dapat dilihat melalui interpretan pada sekuen ke-4, dimana yang terjadi kemudian adalah munculnya strategi untuk mengadaptasikan diri dengan lingkungannya. Selain itu, peran tersebut juga tampak melalui sekuen ke-7 dan sekuen ke-9 yang memunculkan interpretan persetujuan kelancaran kegiatan dan mencari afirmasi melalui asumsi lingkungan. Ada hasrat di dalam diri mereka yang hanya ingin merealisasikan kebutuhan sebagai fans.

Melihat hal tersebut, ada batas sosial yang tampak di dalam cerita film ini. Batas tersebut juga dihadirkan melalui penceritaan tokoh lain yang memiliki kedekatan relasi dengan fans. Melalui sekuen ke-5 dapat dilihat bahwa yang terjadi kemudian adalah siasat untuk menjaga keharmonisan oleh seorang fans. Sekuen tersebut menggambarkan tentang sikap Emil yang secara tiba-tiba memutuskan untuk menonton konser AKB 48 di Jepang. Tetapi, di sisi lain ia juga memiliki kesadaran untuk menjaga keseimbangan antara dunia fans dan keluarganya. Sedangkan melalui sekuen ke-11, menggambarkan bagaimana pilihan Sandy dapat diasumsikan sebagai risiko menjadi fans yang aktif, karena ia menjadikan idolanya sebagai prioritas walaupun tidak di dalam setiap waktu keinginannya dapat terealisasikan. Artinya, ia mulai kehilangan kendali dirinya, sehingga seperti yang terlihat pada interpretan di sekuen ke-8, ia melakukan

tindakan konsumsi yang cenderung ceroboh. Pilihan yang ia lakukan untuk mengeluarkan lebih banyak uang, tidak didukung oleh proses berpikir dalam menentukan beberapa langkah.

### **Reifikasi dalam Wujud Cinta Platonis**

Gejala-gejala yang tampak di dalam individualisasi semu telah mengarahkan pada aspek lain dari fetisisme komoditas, selain standarisasi dan individualisasi semu. Menurut Adorno (1991, h. 45), seorang yang telah menanamkan simbol tertentu pada suatu hal yang ia puja, di dalamnya muncul reifikasi. Artinya, ketika simbol tersebut muncul di dalam idola mereka, fans cenderung muncul dengan sikap kerelaannya untuk menjadi seorang yang keranjingan hingga akhirnya menjadi seorang pemuja. Pemujaan ini sendiri disebut dengan fetisisme.

Hal ini yang kemudian dapat ditegaskan melalui sekuen ke-10, dimana hubungan fans-idola dapat dibaca sebagai bentuk ikatan dalam cinta platonis. Artinya, obsesi dan rasa kagum seorang fans pada idolanya direpresentasikan dengan bentuk ikatan di dalam cinta yang tidak ingin memiliki, yakni cinta platonis. Suatu perasaan yang dapat diidentifikasi dari argumentasi dan praktik konsumsi seseorang ketika menyukai, menggemari, dan kemudian menjadi lebih lagi menjadi suatu kegiatan yang candu. Hal inilah yang tampak pada segala relasi fans untuk menjadi semakin dekat dengan idola mereka, walaupun wujud nyatanya, fans JKT48 akan selalu mengejar simbol-simbol pada setiap produk mengingat bahwa mereka tidak dapat menjalin kedekatan melalui relasi komunikasi secara langsung.

### **Idolaku, Jiwa Ragaku: Suatu Representasi Tentang VVOTA**

Fetisisme komoditas pada dasarnya telah mengalihkan kesadaran seseorang untuk kemudian menanamkan hasrat pada kebutuhan palsu karena, menurut Strinati (2003, h. 63), munculnya fetisisme komoditas merupakan misteri dari wujud komoditas setelah diproduksi, dimana komoditas tersebut memiliki makna yang tidak dapat ditangkap oleh indra. Melalui pernyataan Strinati, dapat

dijelaskan bahwa Fetisisme komoditas, dengan cara yang tidak terduga, membawa hasrat seseorang pada kesadaran untuk melakukan konsumsi pada suatu komoditas yang sejatinya tidak pernah diketahui fungsinya. Walaupun kemudian tidak dinyatakan secara denotatif, melalui film dokumenter ini, dapat terbaca adanya pola-pola yang cenderung mengarah pada fetisisme komoditas.

Film dokumenter ini menggambarkan kegiatan fans JKT48, khususnya pada kegiatan Sandy dan Emil saja. Gambaran tersebut juga tampak bersinggungan dengan aspek ekonomi dan aspek keluarga. Kecenderungan aspek ekonomi tampak menonjol pada sekuen-sekuen yang menampilkan Sandy, sedangkan kecenderungan dari aspek keluarga cenderung tampak menonjol pada sekuen-sekuen yang menampilkan Emil.

Konsumsi merupakan aspek ekonomi yang tentu juga penting di dalam menjalani kegiatan sebagai fans, begitulah yang terjadi di dalam dunia fans, khususnya dari apa yang diperlihatkan melalui kehidupan fans JKT48 di dalam film dokumenter ini. Konsumsi kiranya adalah hal yang penting bagi Sandy sehingga ada upaya yang ditempuh olehnya untuk mewujudkan segala kegiatannya sebagai fans, khususnya dalam menjalin relasi dengan *oshi*-nya. Hal tersebut ditegaskan melalui sekuen ke-8, melalui narasi Sandy, yakni: “Dimarahin pernah waktu itu beli CD, sampai banyak sampai diomelin. Karena ya katanya ini buang-buang uang aja kan, mending buat beli buku, atau buat apa”. Membeli CD dalam jumlah banyak mengindikasikan bahwa ada kupon yang ingin didapatkan Sandy untuk mendukung idolanya. Artinya, cara Sandy menjaga relasi ini diperlihatkan melalui bentuk dukungannya pada idolanya. Di sisi lain, interpretan pada sekuen ke-8 yakni ‘tindakan konsumsi yang cenderung ceroboh’, menunjukkan sikap pasif Sandy sebagai fans ketika berada di bawah naungan sistem manajemen JKT48.

Sikap pasif itu ditegaskan melalui sekuen ke-3, dimana Sandy yang pengeluarannya masih diatur oleh ibunya, mengalihkan uang jatah makannya untuk keperluannya sebagai fans. Padahal di sisi lain, Maslow mengatakan bahwa

kebutuhan makan sejatinya merupakan kebutuhan dasar yang harus dipenuhi terlebih dahulu (1988, h. 39). Hal serupa juga tampak ketika ia mengambil uang kas kelas dimana cara tersebut cenderung dianggap sebagai cara yang wajar. Namun di sisi lain, Sandy pun berusaha untuk menabung sebagai cara merealisasikan kebutuhannya sebagai fans. Hasrat di dalam diri Sandy tampaknya telah mendorongnya untuk mendapatkan “kebutuhan aktualisasi diri”, yakni kepuasan melalui praktik konsumsi dalam mendukung idolanya. Sehingga melalui kehidupan Sandy, fans cenderung digambarkan sebagai seorang yang dengan mudah melakukan siasat pada kebutuhan lainnya, bahkan juga melakukan suatu perbuatan menyimpang karena telah mengambil dan menggunakan uang yang bukan miliknya untuk merealisasikan kebutuhannya sebagai fans.

Berbeda dengan kehidupan Sandy, kehidupan Emil digambarkan secara berbeda dalam menjalani kegiatan sebagai fans JKT48. Pencapaian “kebutuhan aktualisasi diri” yang dilakukan oleh Emil tidak terkait pada aspek konsumsi, tetapi lebih ditekankan pada keluarga. Walaupun di dalam penceritaan Sandy juga dimunculkan keluarga, tetapi beberapa interpretasi yang ditemukan melalui sekuen penceritaan Emil, seperti ‘siasat untuk menjaga keharmonisan’, ‘persetujuan dalam kelancaran kegiatan fans’, dan ‘mencari afirmasi melalui asumsi lingkungannya’, mengindikasikan bahwa keluarga cenderung menjadi figur yang begitu berperan dalam melanggengkan kegiatan Emil sebagai fans. Supaya tetap lancar dalam kegiatannya sebagai fans, Emil kemudian tampak menegosiasikan kebutuhan lainnya, yang secara khusus diperlihatkan pada sekuen ke-9.

Kehadiran Ibu Sandy dan istri Emil dalam film dokumenter ini tampak menjadi perspektif lain yang seakan-akan dianggap normal ketika dibandingkan dengan perspektif yang dimiliki oleh Sandy dan Emil sebagai fans. Hal ini diperkuat melalui ekspresi keheranan yang ditunjukkan oleh ibu Sandy dan istri Emil tersebut, seperti yang telah dipaparkan di atas. Meskipun cenderung dianggap “aneh” oleh keluarganya, Sandy dan Emil tetap berusaha untuk mendukung idolanya dengan mengikuti berbagai kegiatan fans.

Berdasarkan pada pemaparan tentang perbedaan perspektif pada film dokumenter tersebut, fetisisme komoditas fans JKT48 direpresentasikan sebagai pemenuhan hasrat oleh fans untuk mendapatkan kepuasan dalam menjalin relasi yang semakin dekat dengan idolanya. Adapun kehadiran keluarga di dalam film dokumenter ini, yang dihadapkan dengan konsumsi dan perhatian fans terkait dengan idolanya, menjadi penguat bagaimana pemenuhan hasrat sebagai fans lebih dominan ketimbang keluarga dan kebutuhan lainnya. Kehidupan fans yang direpresentasikan pada film dokumenter ini juga mengarah pada definisi seorang VVOTA, dimana istilah tersebut juga dapat diartikan sebagai *Over Dossis Fans*. Hal inilah yang kemudian digambarkan melalui judul film dokumenter ini, dimana idola kemudian dianggap sebagai bagian dari jiwa-raga, “Idolaku, Jiwa Ragaku.

#### **4. Kesimpulan**

Melalui analisis struktur triadik yang diambil dari Charles Sanders Peirce, film dokumenter “Idolaku, Jiwa Ragaku” menceritakan bagaimana kehidupan tentang dua orang yakni Sandy dan Emil dengan latar belakang dan masalah yang berbeda. Sebagai fans, mereka melakukan konsumsi sebagai wujud dukungan untuk JKT48. Wujud nyata praktik konsumsi yang dilakukan oleh fans, dikaji dengan fetisisme komoditas yang dikemukakan oleh Adorno melalui tiga aspeknya.

Kegiatan fans di dalam film dokumenter ini sendiri ditampilkan melalui kehidupan Sandy yang bersinggungan dengan aspek ekonomi dan Emil yang bersinggungan dengan aspek keluarga. Walaupun ada perbedaan aspek pada masing-masing fans, persamaan kemudian muncul sebagai orientasi mereka untuk mencapai “kebutuhan aktualisasi diri”, ketika dikaitkan dengan teori hirarki kebutuhan. Segala upaya kemudian muncul untuk mencapai kebutuhan tersebut, sehingga dapat terlihat bagaimana cara-cara yang dilakukan fans dalam menyiasati kebutuhan yang lainnya. Sebagai contoh, hal tersebut secara lebih jelas dapat dilihat melalui tindakan mencuri uang kas kelas yang dilakukan oleh Sandy,

atau merangkul keluarga supaya dapat memahami kegiatan sebagai fans seperti yang dilakukan oleh Emil.

Terkait dengan teori fetisisme milik Freud, kehidupan fans JKT48 dapat digolongkan sebagai fans dengan tingkatan “fetishist tingkat tinggi”. Asumsi ini muncul melalui kegiatan Sandy dan Emil yang cenderung membeli segala komoditas JKT48 sebagai wujud nyata untuk merealisasikan kebutuhan sebagai fans. Fans JKT48 tampak tidak memiliki ragam kegiatan yang lain karena kecenderungan mereka untuk hanya mengeluarkan biaya secara berlebih, serta perhatian yang dominan hanya untuk oshi-nya.

Dihadirkannya keluarga di dalam film dokumenter ini, semakin menguatkan posisi fans sebagai seorang pemuja. Pemenuhan hasrat sebagai fans terlihat lebih dominan ketimbang keluarga dan kebutuhan lainnya. Melihat hal tersebut, fetisisme komoditas fans JKT48 direpresentasikan sebagai pemenuhan hasrat oleh fans untuk mendapatkan kepuasan dalam menjalin relasi yang semakin dekat dengan idolanya. Selain itu, definisi tersebut juga mengarah pada definisi VVOTA, atau yang dapat juga diartikan sebagai Over Dosis Fans.

## **5. Daftar Pustaka**

Adorno, Theodor. (1991). *The Culture Industry*. London: Routledge.

Apa Itu JKT48. (n.d.) Diakses tanggal 2 Februari 2016  
<<http://jkt48.com/about/jkt48?lang=id>>

Barker, Chris. (2004). *Cultural Studies*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Hall, Stuart. (1997). *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. London: Sage Publication in Association With The Open University.

Hills, Matt. (2002). *Fan Cultures*. New York: Routledge.

Jenkins, Henry (a). (1992). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York & London: Routledge.

- Jenkins, Henry (b). (1992). 'Strangers No More, We Sing': Filking and the Social Construction of the Science Fiction Fan Community. Dalam Lewis, A. Lisa (ed) *The Adoring Audiences: Fan Culture and Popular Media*. London: Routledge.
- Maslow, H.A. (1988). *Motivasi dan Kepribadian*. Jakarta: Pustaka Binaman Persindo.
- Prihatin, Endang. (2014). *Idolaku, Jiwa Ragaku*. Jakarta: Metro TV. [video]
- Ripstein, Arthur. (1987). Commodity Fetishism. *Canadian Journal of Philosophy* Vol. 17. Hal. 733-748.
- Strinati, Dominic. (2003). *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*, terjemahan. Yogyakarta: Bentang Budaya.